

NÜRNBERG MÄRZ 2007

WEB 2.0 PRESSEUMFRAGE

ERGEBNISSE

 **FLUTLiCHT**

BELEUCHTEN, NICHT BLENDEN

DEMOGRAPHISCHE DATEN

Panel: *Rund 1.700 Journalisten aus den Sparten ITK, Wirtschaft, Tageszeitungen, Lifestyle/Publikumspresse und Sonstige aus Deutschland, Österreich und der Schweiz (D A CH)*

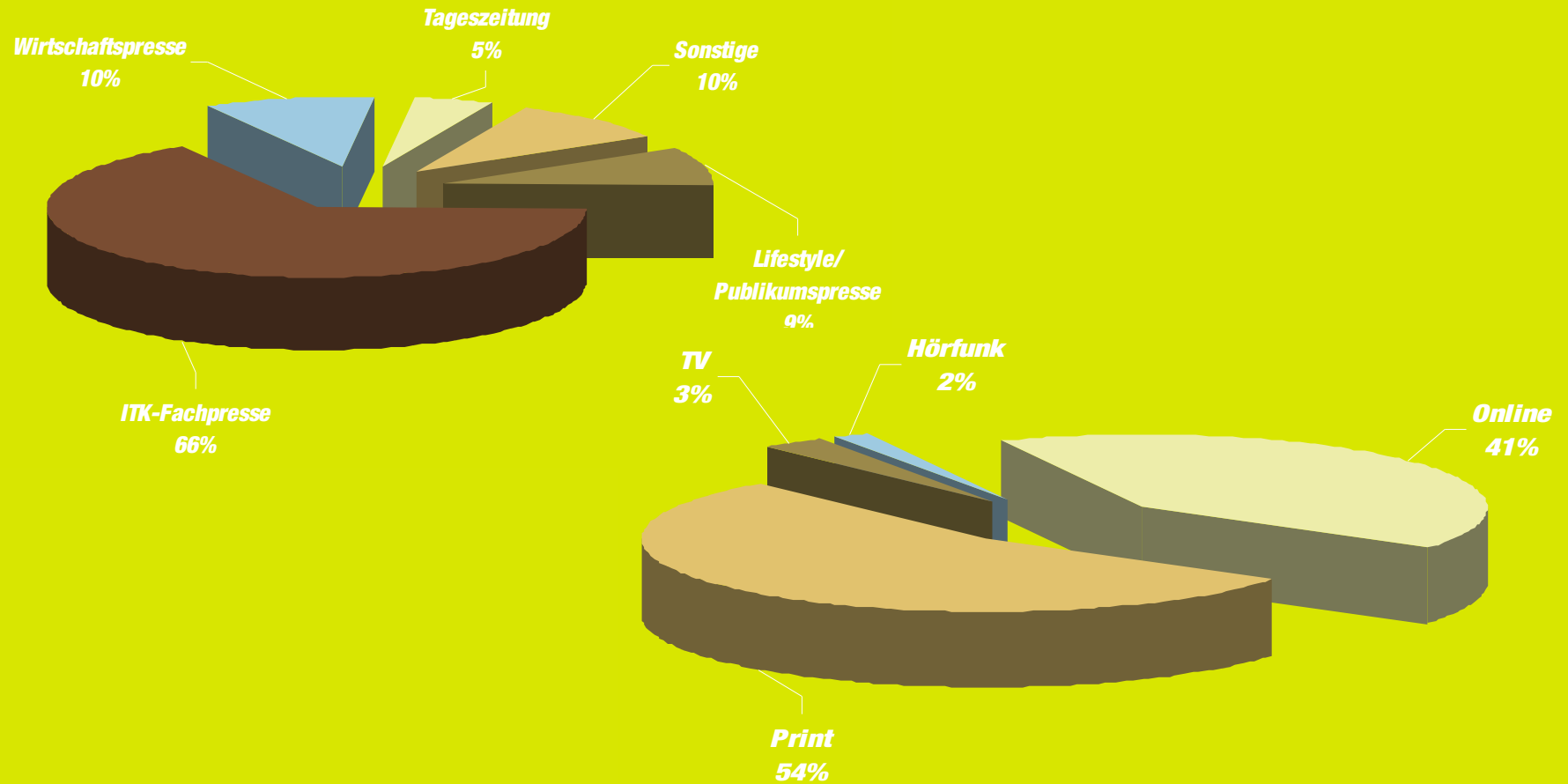
Response: *10% (170 Rückläufer = Basis für alle folgenden Auswertungen)
14% Frauen, 86% Männer
83% Deutschland, 13% Österreich, 4% Schweiz*

Altersgruppen:

<i>20-29 Jahre</i>	<i>13%</i>
<i>30-39 Jahre</i>	<i>35%</i>
<i>40-49 Jahre</i>	<i>38%</i>
<i>> 50 Jahre</i>	<i>14%</i>

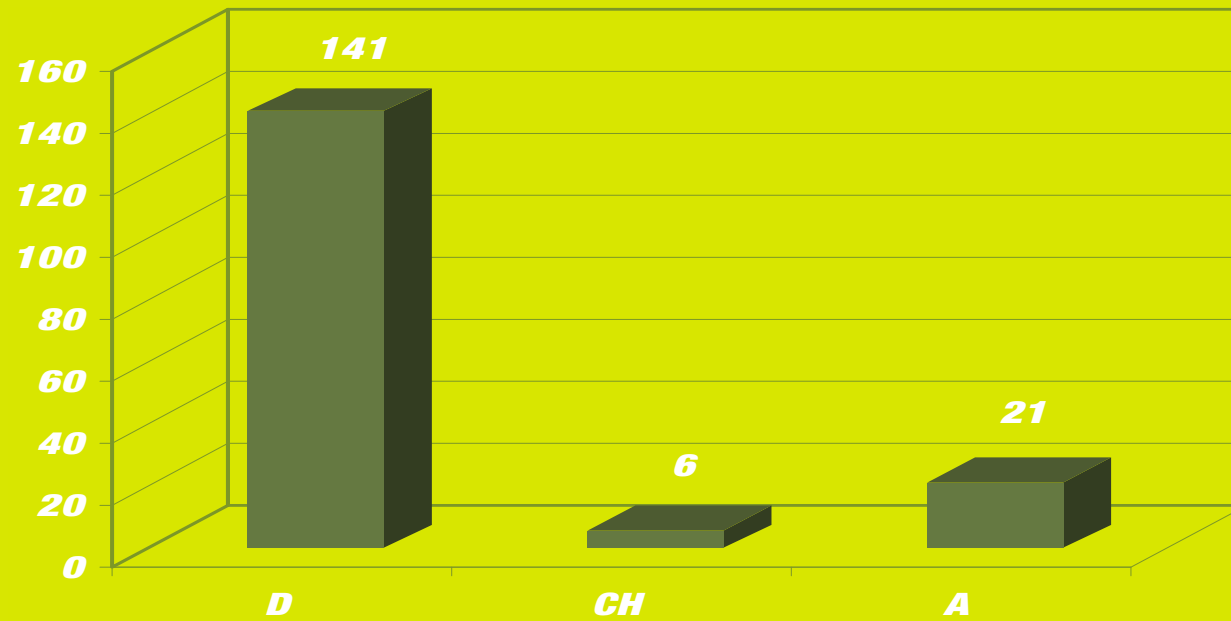
WEB 2.0 PRESSEUMFRAGE

DEMOGRAPHISCHE DATEN



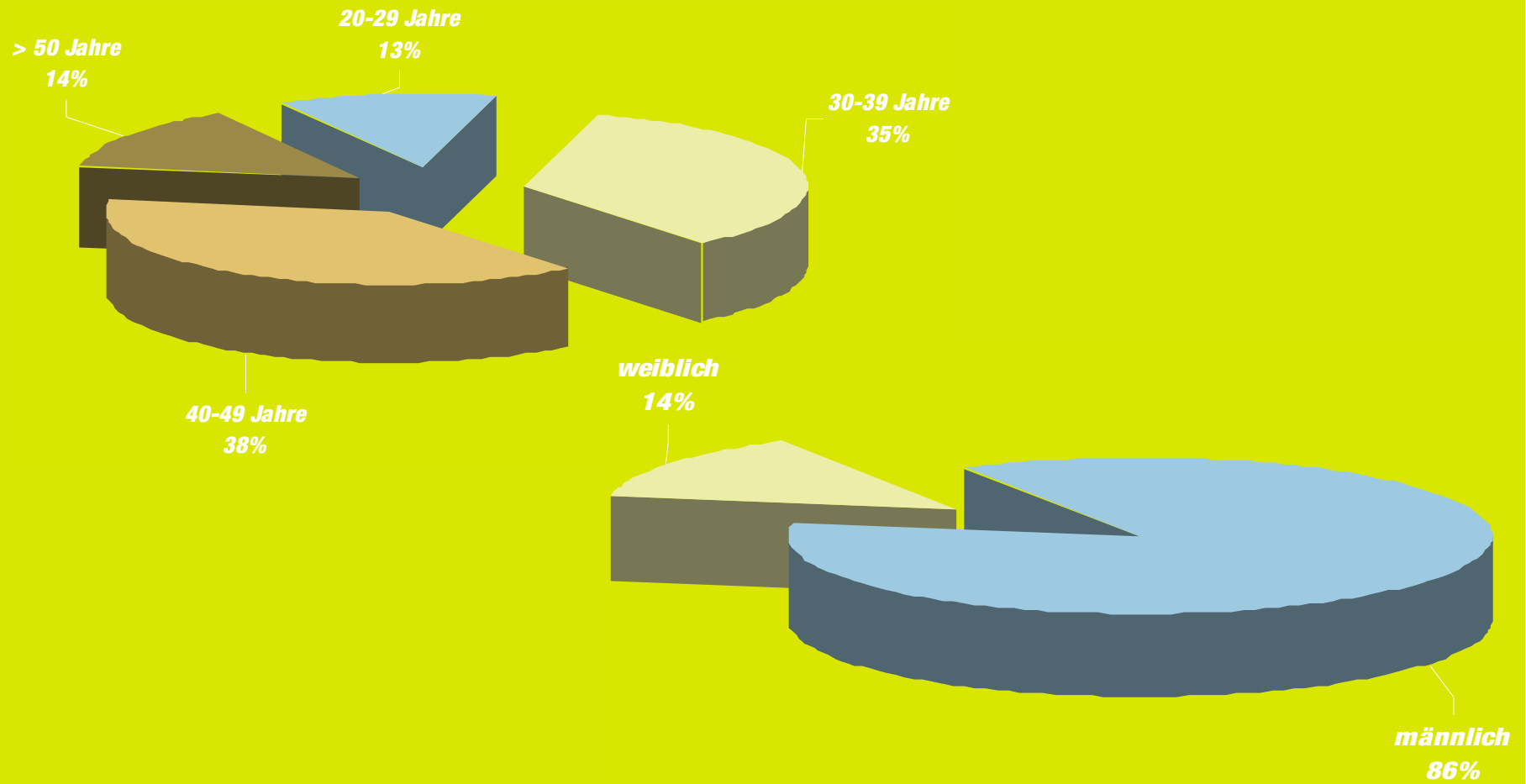
WEB 2.0 PRESSEUMFRAGE

DEMOGRAPHISCHE DATEN



WEB 2.0 PRESSEUMFRAGE

DEMOGRAPHISCHE DATEN

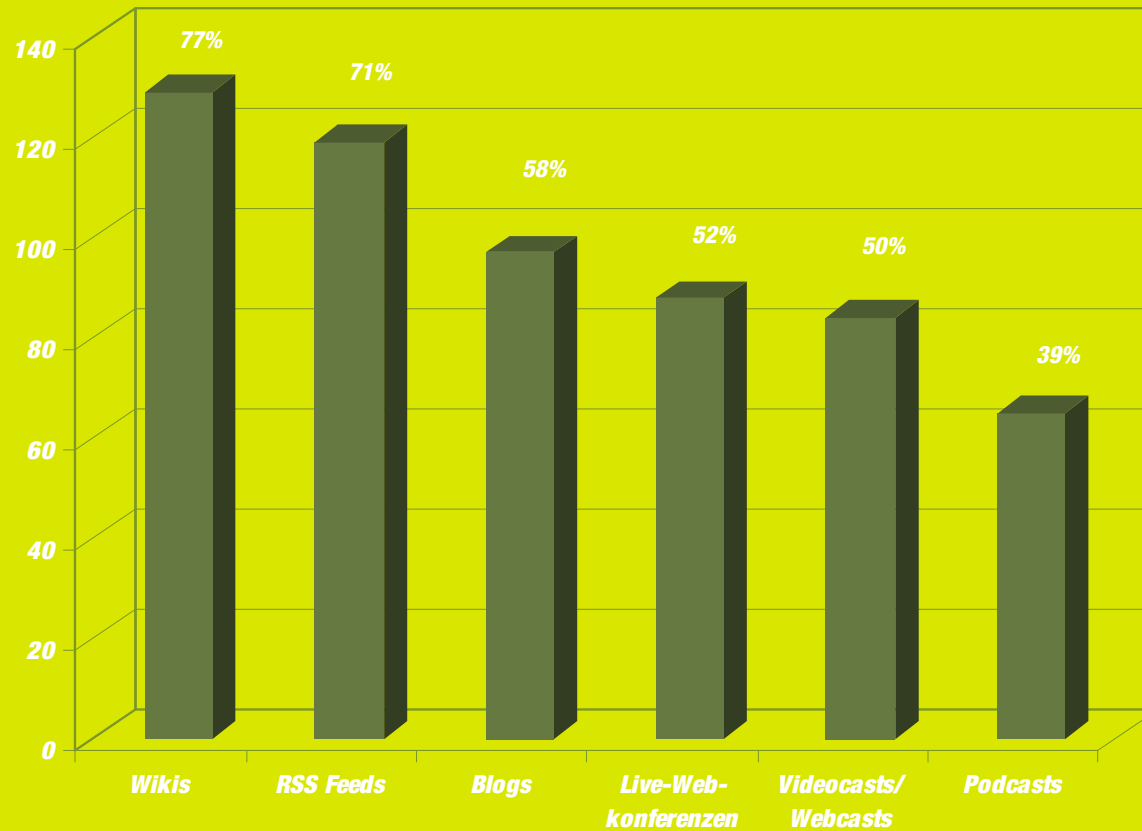


***WIKIS, RSS FEEDS & BLOGS SIND
RECHERCHE-STANDARD IM
JOURNALISTEN ALLTAG***

WEB 2.0 PRESSEUMFRAGE

WELCHE ANGEBOTE SIND SINNVOLL?

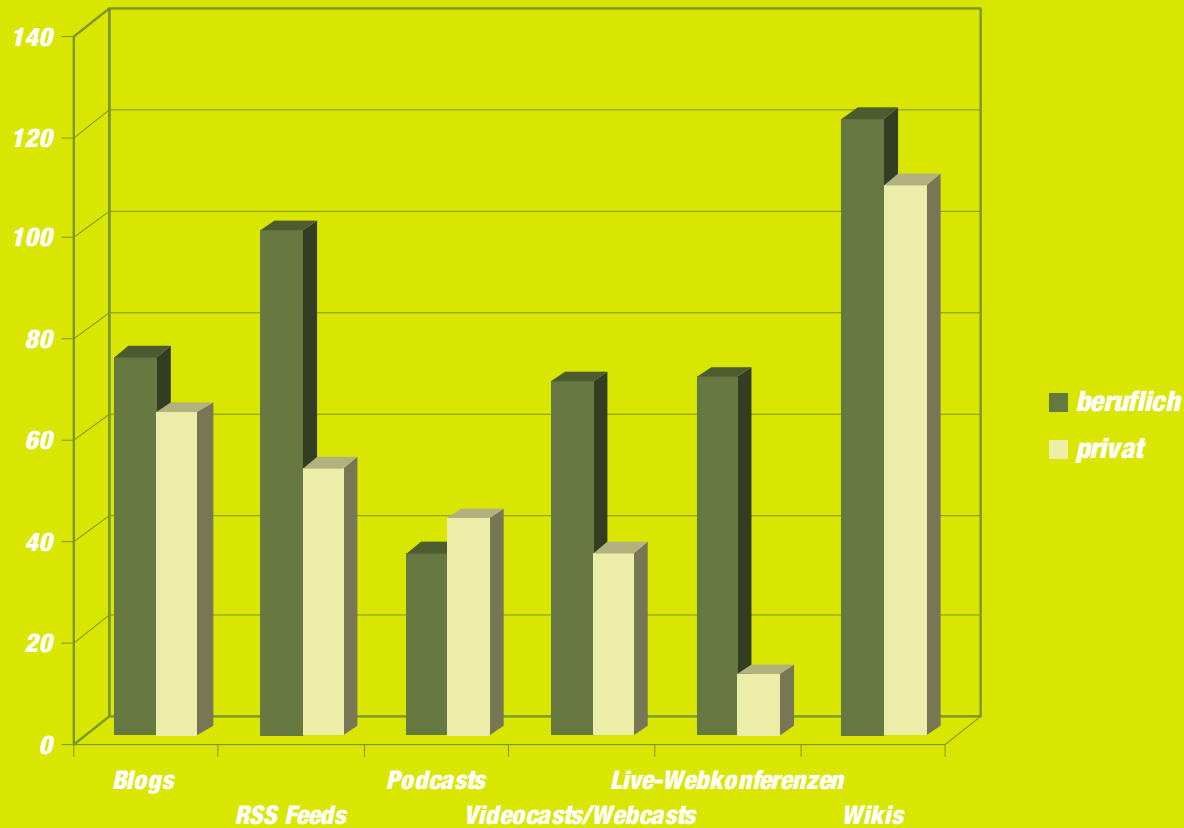
Mehrfachnennungen möglich



WEB 2.0 PRESSEUMFRAGE

BERUFLICH ODER PRIVAT GENUTZTE ANGEBOTE

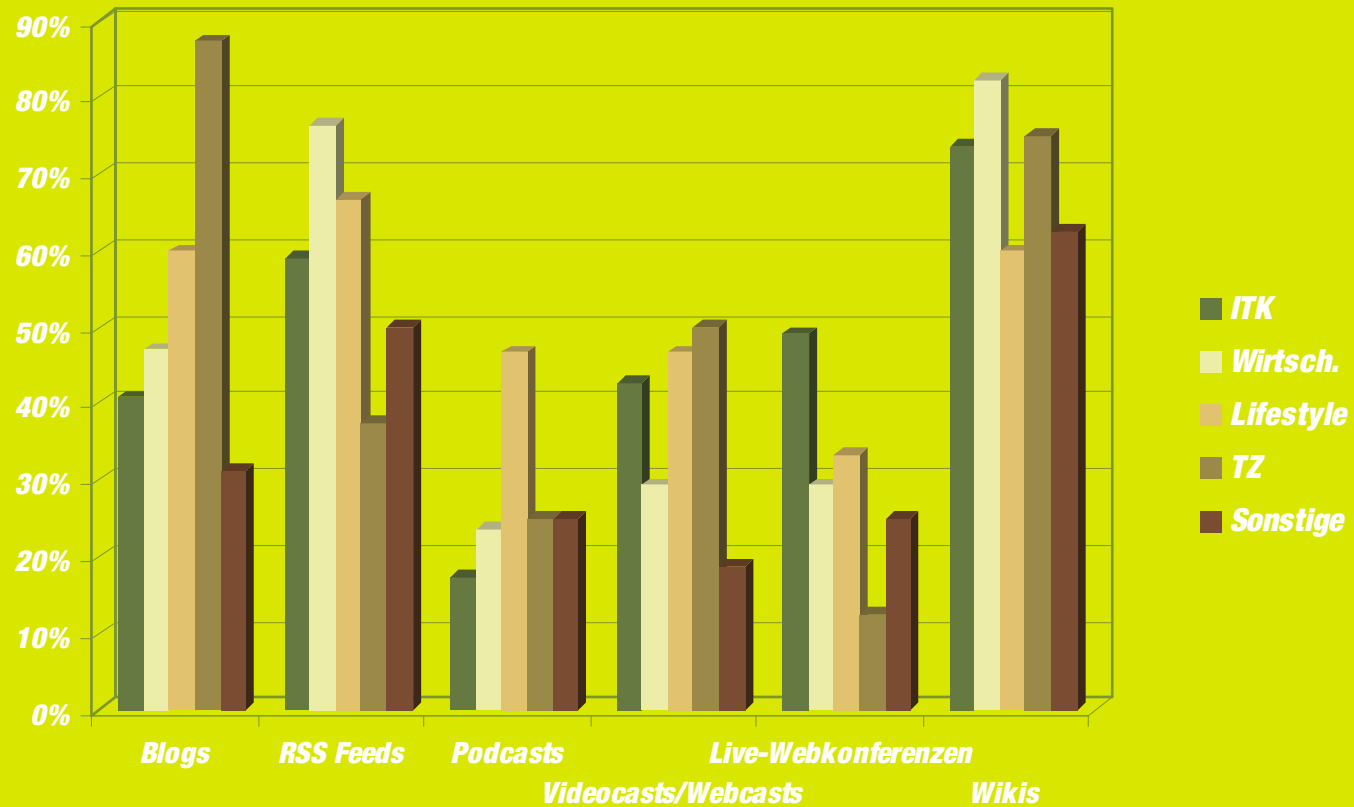
Mehrfachnennungen möglich



WEB 2.0 PRESSEUMFRAGE

BERUFLICH GENUTZTE ANGEBOTE (NACH MEDIEN)

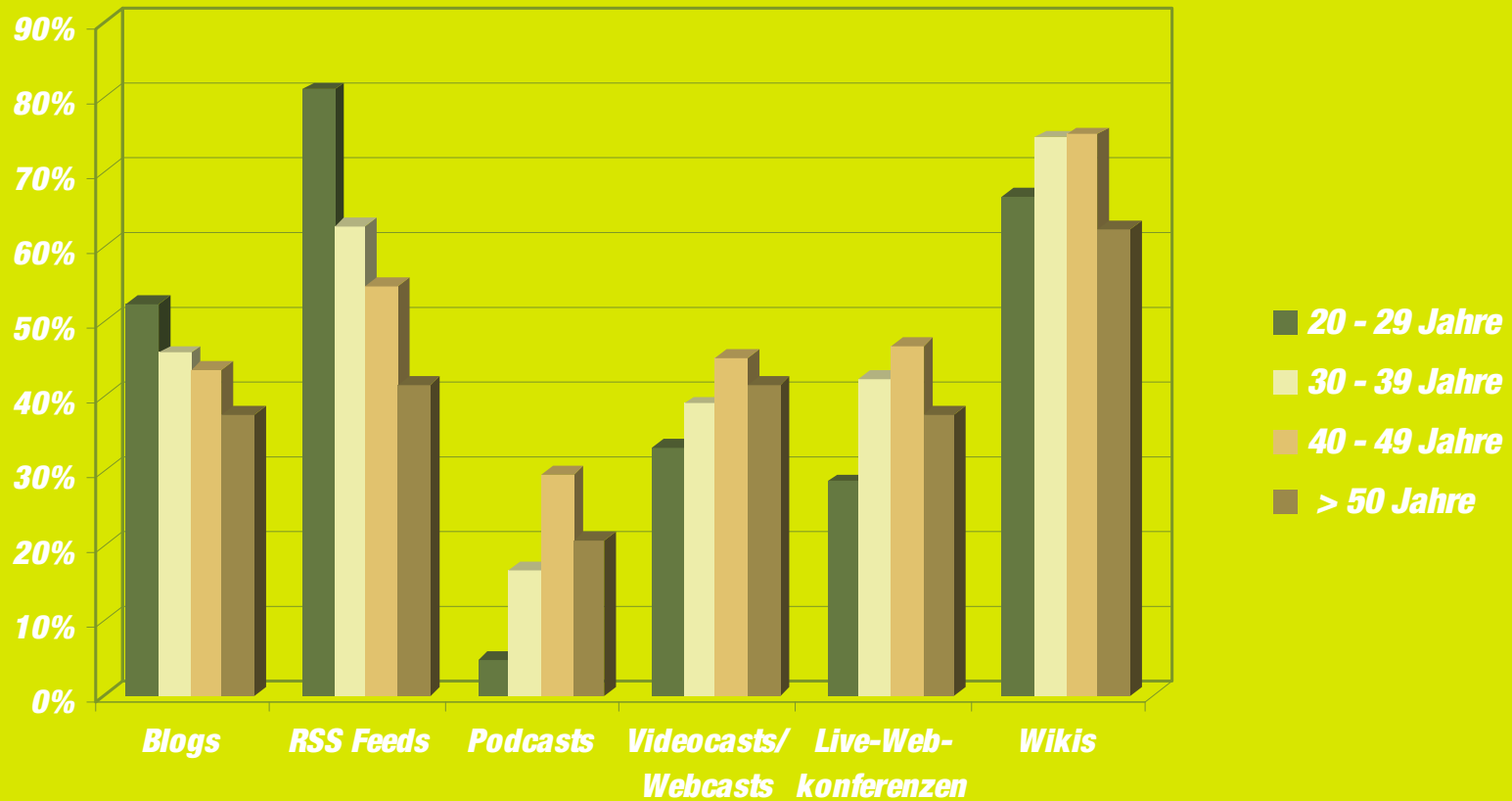
Mehrfachnennungen möglich



WEB 2.0 PRESSEUMFRAGE

BERUFLICH GENUTZTE ANGEBOTE (NACH ALTER)

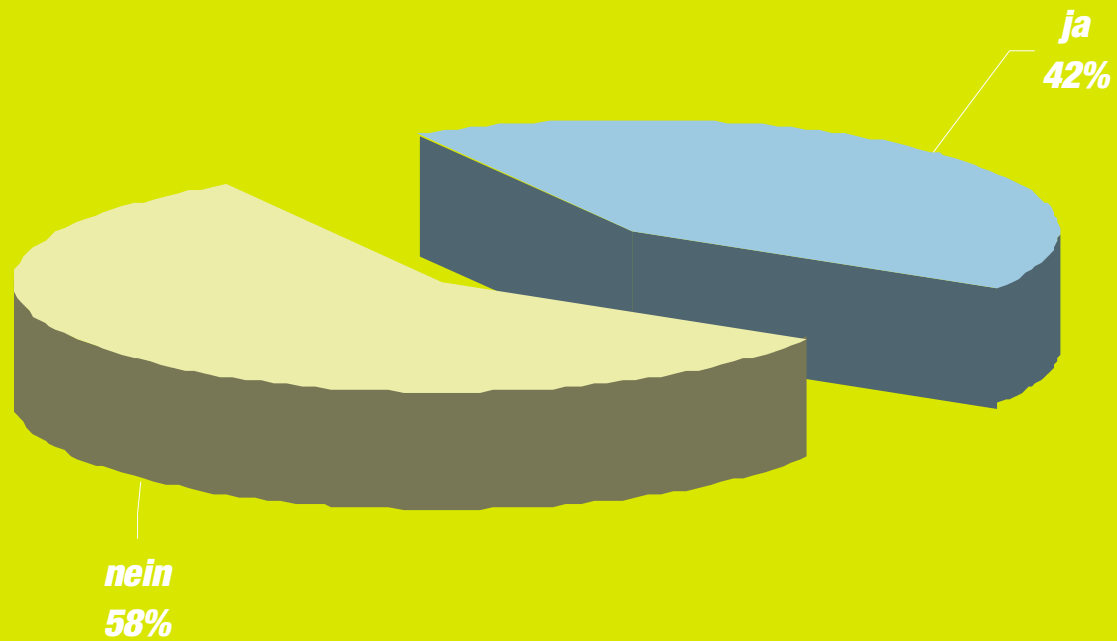
Mehrfachnennungen möglich



***BLOGS SIND KEINE PRESSE-
KONKURRENZ, ABER EINFLUSS IST
DEUTLICH SPÜRBAR***

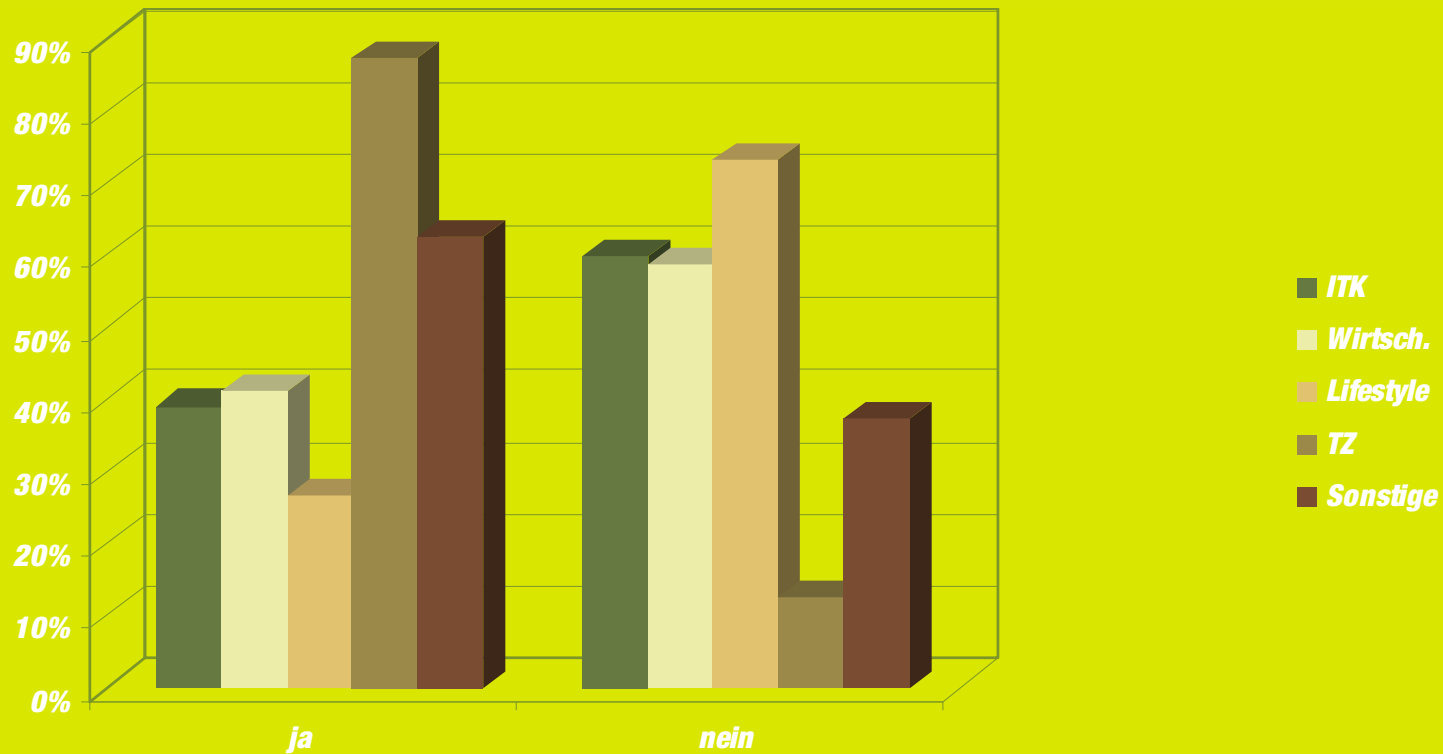
WEB 2.0 PRESSEUMFRAGE

BEEINFLUSSEN BLOGS DEN JOURNALISMUS BZW. LESER?



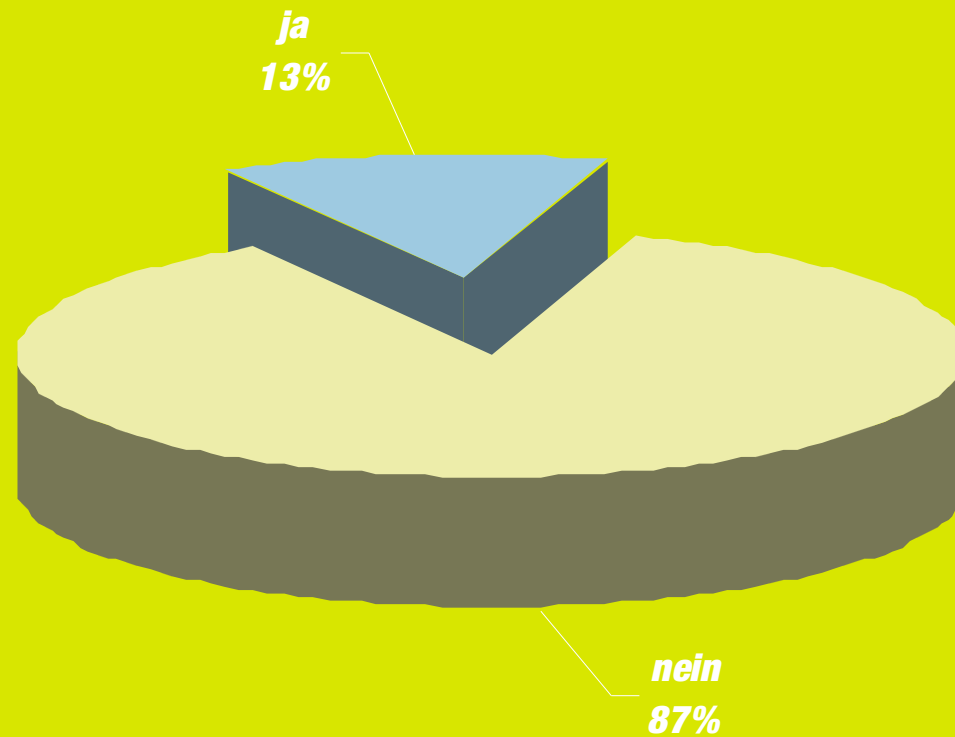
WEB 2.0 PRESSEUMFRAGE

**BEEINFLUSSEN BLOGS DEN JOURNALISMUS
BZW. LESER? (NACH MEDIEN)**



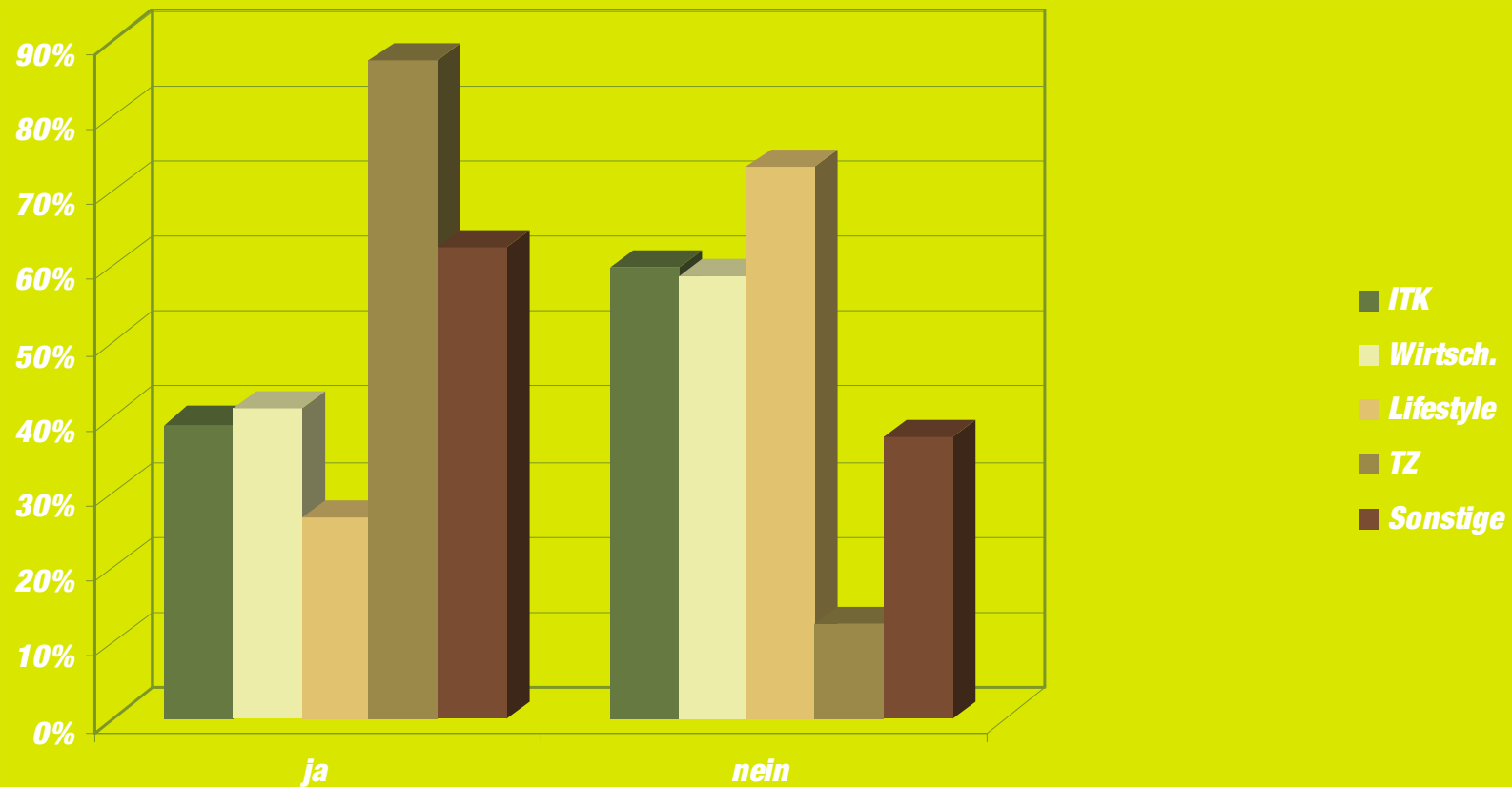
WEB 2.0 PRESSEUMFRAGE

SIND BLOGS EINE KONKURRENZ?



WEB 2.0 PRESSEUMFRAGE

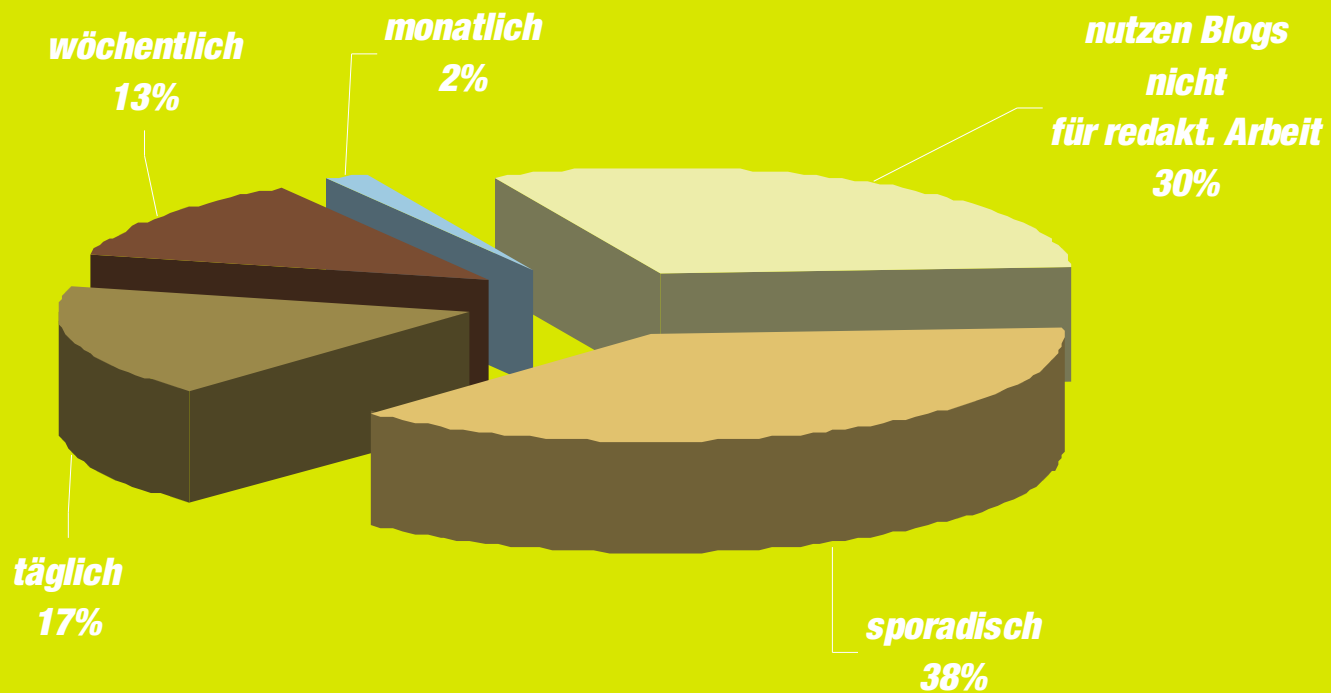
SIND BLOGS EINE KONKURRENZ? (NACH MEDIEN)



90% NUTZEN WEB 2.0 ANGEBOTE

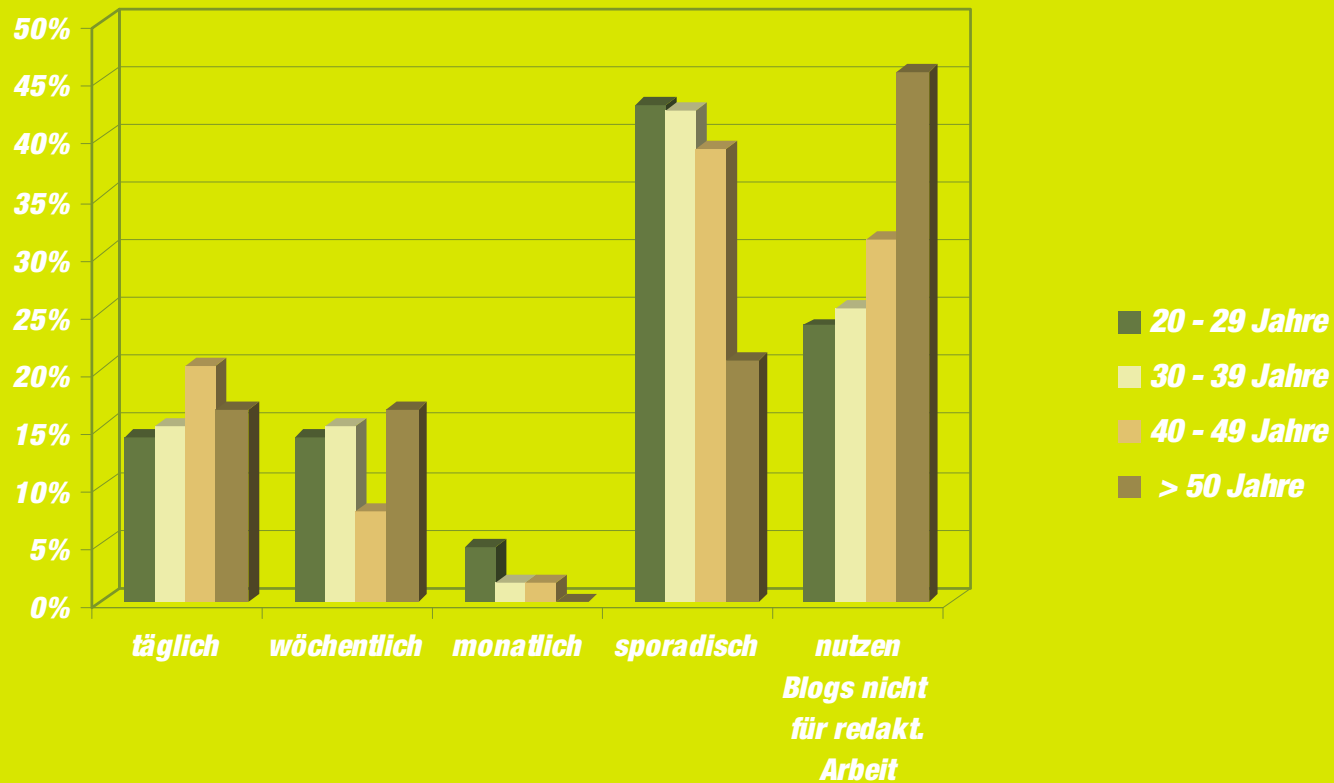
WEB 2.0 PRESSEUMFRAGE

NUTZUNG VON BLOGS ALS INFORMATIONS-/ INSPIRATIONSQUELLE



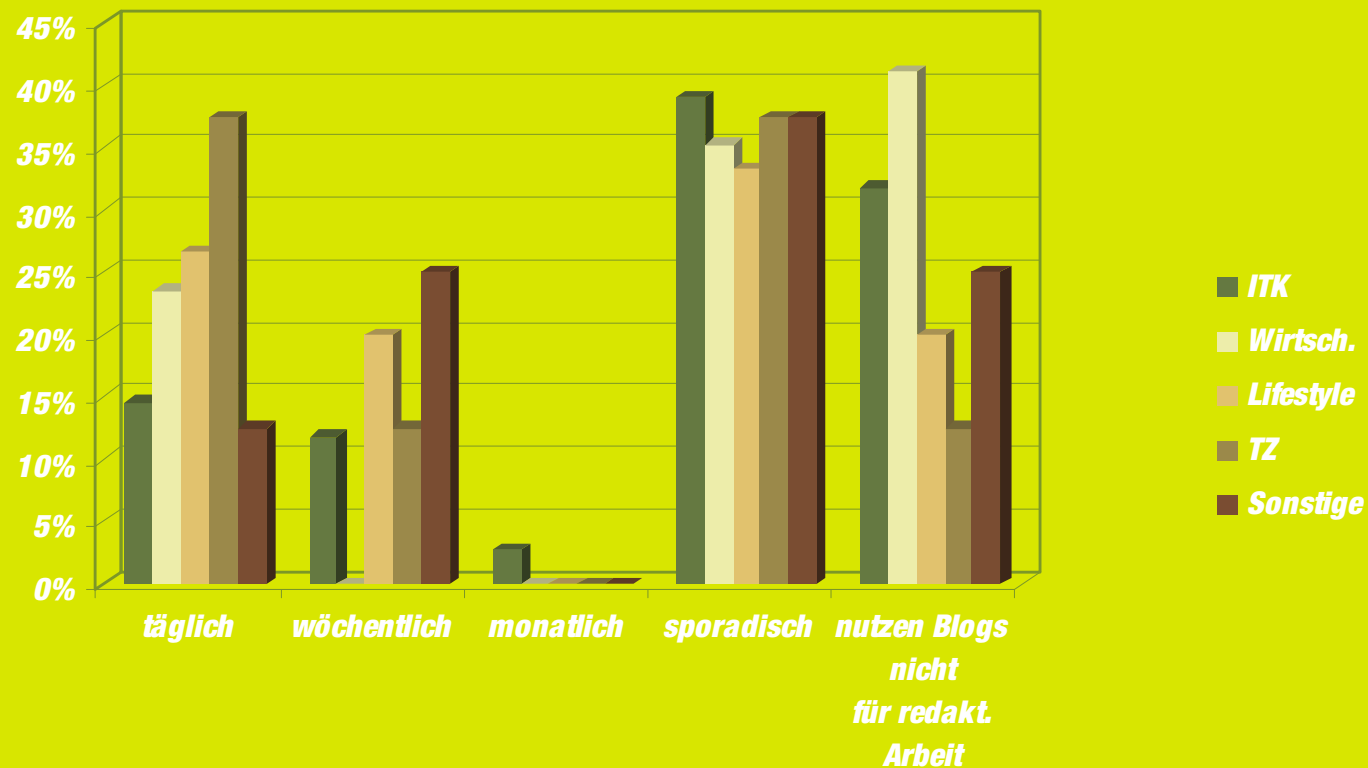
WEB 2.0 PRESSEUMFRAGE

NUTZUNG VON BLOGS ALS INFORMATIONS-/ INSPIRATIONSQUELLE (NACH ALTER)



WEB 2.0 PRESSEUMFRAGE

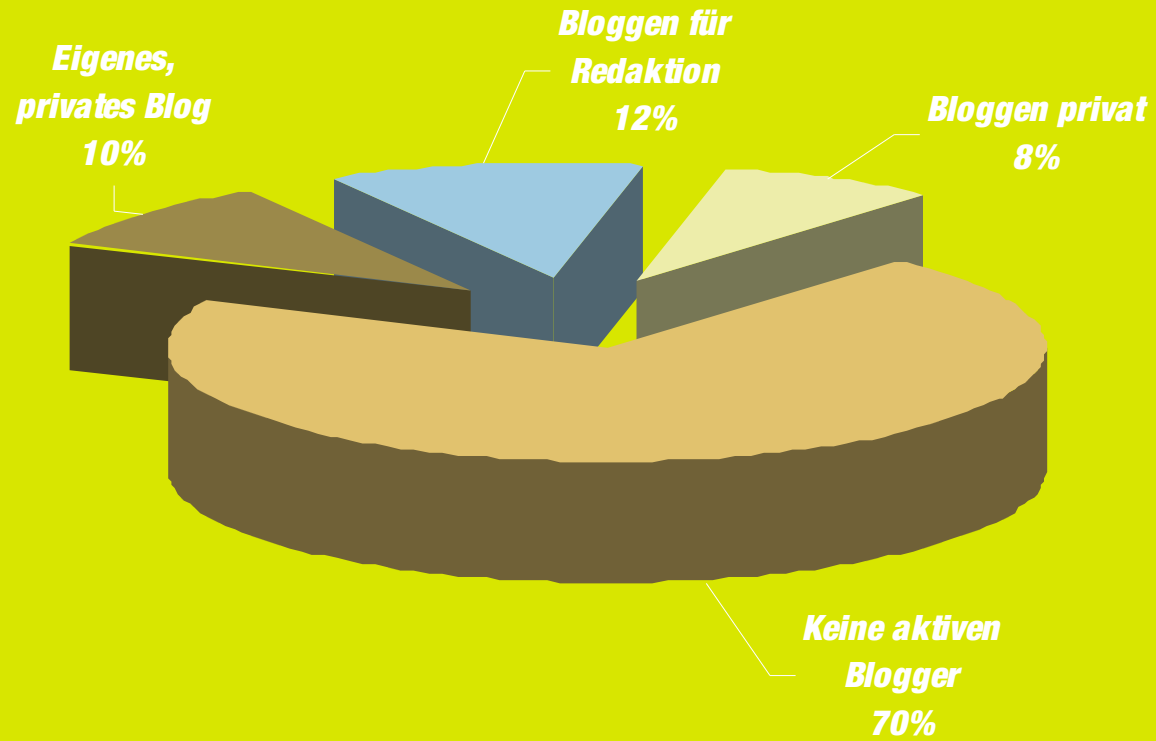
**NUTZUNG VON BLOGS ALS INFORMATIONS-/
INSPIRATIONSQUELLE (NACH MEDIEN)**



70% SIND KEINE AKTIVEN BLOGGER

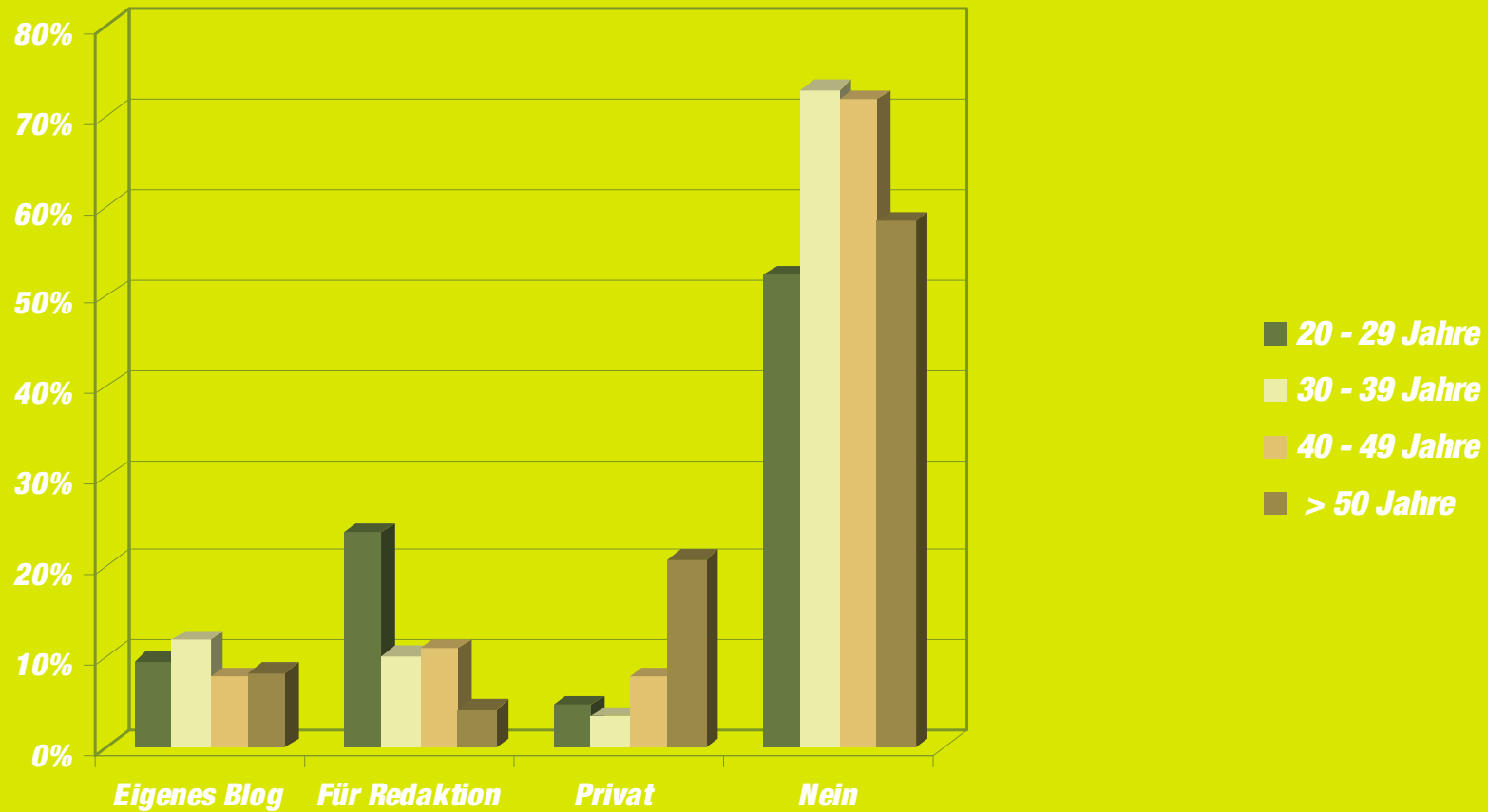
WEB 2.0 PRESSEUMFRAGE

TO BLOG OR NOT TO BLOG



WEB 2.0 PRESSEUMFRAGE

TO BLOG OR NOT TO BLOG (NACH ALTER)



***VON HALBWISSEN BIS ZUR NEUEN
MEINUNGSMACHER DIMENSION***

WEB 2.0 PRESSEUMFRAGE

VON HALBWISSEN BIS ZUR NEUEN MEINUNGSMACHER DIMENSION - PRO

Blogs

- *Sind ein Gegengewicht zur glattgebügelten Mainstream-Berichterstattung*
- *Sind die virtuelle Mund-zu-Mund-Propaganda der Neuzeit*
- *Machen Journalisten wieder von Dozenten zu Moderatoren*
- *Bieten größere Vielfalt in der Berichterstattung und persönlichere Sichtweisen*
- *Sind ein neues Journalistisches Stilmittel*
- *Sind die zweite Instanz neben den ‚alten‘ Medien*
- *Sind schneller und interaktiver*

WEB 2.0 PRESSEUMFRAGE

VON HALBWISSEN BIS ZUR NEUEN MEINUNGSMACHER DIMENSION - CONTRA

Blogs

- *Überfluten mit Halbwissen*
- *Reduzieren Qualität und Kritikfähigkeit*
- *Sind ungenau und schlampig recherchiert*
- *Bedienen die Leser, die nur das glauben, was sie lesen wollen*
- *Sind zum jetzigen Zeitpunkt u. a. zu unseriös und oberflächlich*
- *Sind einfach Unfug*
- *Werden überschätzt*



FLUTLICHT GMBH
ALLERSBERGER STR. 185/G
D-90461 NÜRNBERG

TEL.: +49 (0)911/47495-0
E-MAIL: INFO@FLUTLICHT.BIZ

WWW.FLUTLICHT.BIZ